

**LAPORAN
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**

**PELATIHAN PEMASARAN BARANG DAN JASA
BAGI PELAKU UMKM DI KELURAHAN KENJERAN
KECAMATAN KENJERAN KOTA SURABAYA**



Oleh:

Ketua Pelaksana : Yesa Cahyaning Ramadhani, SE., MM (0729039002)

Anggota : 1. Aysyah Emy Maulidya (1510210168)
2. Prima Meilisa Aldora (1610210587)

KERJASAMA

**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA) SURABAYA**

DENGAN

KECAMATAN KENJERAN KOTA SURABAYA

2018

HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul Pengabdian : Pelatihan Pemasaran Barang Dan Jasa Bagi Pelaku UMKM di Kelurahan Kenjeran Kecamatan Kenjeran Kota Surabaya
2. Pelaksana
Ketua : Yesa Cahyaning Ramadhani, SE., MM
Anggota : 1. Aysyah Emy Maulidya
2. Prima Meilisa Aldora
3. Lokasi : Kecamatan kenjeran
Jalan Kedung Cowek No.350, Tanah Kali Kedinding,
Kenjeran, Kota SBY, Jawa Timur 60129, Surabaya.
4. Pelaksanaan : 27 Desember 2018
5. Biaya : Rp3.000.000 (Tiga Juta Rupiah)
6. Sumber Dana : Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

Surabaya, 27 Desember 2018

Mengetahui
Kepala LP2M,

Ketua Pelaksana
Pengabdian kepada Masyarakat

Prof. Ir. Hening Widi Oetomo, PhD.

Yesa Cahyaning Ramadhani, SE., MM

Menyetujui
Ketua STIESIA Surabaya,



Dr. Nur Fadrijh Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunianya, kami dapat menyelesaikan kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebagai salah satu pengejawantahan dari Tridharma Perguruan Tinggi. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diimplementasi dengan tema "Pelatihan Pemasaran Barang Dan Jasa Bagi Pelaku UMKM di Kelurahan Kenjeran Kecamatan Kenjeran Kota Surabaya".

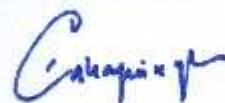
Pelatihan ini dapat berjalan dengan lancar dan baik karena peran serta dan dukungan dari beberapa pihak. Dalam kesempatan ini, kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya yang memfasilitasi pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat sebagai salah satu pemenuhan Tridharma Perguruan Tinggi.
2. Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) yang telah mendampingi dan mengkoordinatori kegiatan pengabdian dengan beberapa UMKM di Surabaya.
3. Camat Kenjeran Kota Surabaya yang bersedia menyediakan fasilitas tempat melaksanakan kegiatan pelatihan etika bisnis dan pembukuan sederhana bagi pelaku UMKM.
4. Para Pelaku UMKM yang bersedia datang menjadi peserta dalam kegiatan pelatihan Pemasaran Barang Dan Jasa

Akhir kata, semoga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat bermanfaat bagi masyarakat khususnya bagi para pelaku UMKM dalam menjalankan bisnis secara etis dan mampu membuat pertanggungjawaban keuangan melalui penyusunan pembukuan sederhana, Pemasaran Barang Dan Jasa, Kemasan dan Label Produk dan Menghitung Pajak.

Surabaya, 28 Desember 2018

Ketua Pelaksana



Yesa Cahyaning Ramadhani, SE., MM

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	iv
Daftar Lampiran	v
I. Pendahuluan	1
II. Tujuan dan Manfaat.	6
III. Metode Pelaksanaan	6
IV. Hasil Dan Pembahasan.	6
V. Rekomendasi.	8
Lampiran	

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Tugas Pengabdian kepada Masyarakat
- Lampiran 2 : Sertifikat Pengabdian kepada Masyarakat
- Lampiran 3 : Daftar Hadir Peserta
- Lampiran 4 : Materi Pelatihan
- Lampiran 5 : Foto-Foto kegiatan

**PELATIHAN PEMASARAN BARANG DAN JASA
BAGI PELAKU UMKM DI KELURAHAN KLAMPIS
KECAMATAN SUKOLILO KOTA SURABAYA**

I. PENDAHULUAN

Kewirausahaan merupakan salah satu faktor pendorong peningkatan perekonomian Indonesia. Kewirausahaan melalui Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) diharapkan dapat meningkatkan kreatifitas dan kemampuan masyarakat dalam menyalurkan ide dan kreasinya dengan memanfaatkan sumber daya alam yang tersedia. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia merupakan salah satu soko guru perekonomian Indonesia selain koperasi.

Kewirausahaan berasal dari kata “wira” dan “usaha”. **Wira berarti pejuang**, pahlawan, manusia unggul, teladan, berbudi luhur, gagah berani dan berwatak agung. **Usaha adalah perbuatan amal, bekerja, dan berbuat sesuatu**. Jadi wirausaha adalah pejuang atau pahlawan yang berbuat sesuatu. Kota Surabaya memiliki banyak potensi usaha yang menjadi sumber mata pencarian utama penduduk di sekitarnya, mulai dari industri makanan, industri kerajinan, industri tekstil, dan industri agrobisnis yang semuanya dapat berkembang pesat.

Menurut Carol Noore yang dikutip oleh Bygrave, proses kewirausahaan diawali dengan adanya inovasi. Inovasi tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor baik yang berasal dari pribadi maupun di luar pribadi, seperti pendidikan, sosiologi, organisasi, kebudayaan dan lingkungan. Faktor - faktor tersebut membentuk “*locus of control*”, **kreativitas**, keinovasian, implementasi, dan pertumbuhan yang kemudian berkembang menjadi **wirausahawan** yang besar. Secara internal, keinovasian dipengaruhi oleh faktor yang bersal dari individu, seperti *locus of control*, toleransi, nilai - nilai, pendidikan, pengalaman. Sedangkan faktor yang berasal dari lingkungan yang memengaruhi diantaranya model peran, aktivitas, dan peluang. Oleh karena itu, inovasi berkembang menjadi kewirausahaan melalui proses yang dipengaruhi lingkungan, **organisasi**, dan **keluarga**.

Usaha mikro kecil dan menengah yang biasa disebut UMKM merupakan pelaku bisnis yang bergerak pada berbagai bidang usaha, yang menyentuh kepentingan masyarakat. Di Indonesia, Usaha UMKM saat ini dianggap sebagai cara yang efektif

dalam pengentasan kemiskinan. Dari statistik dan riset yang dilakukan, UMKM mewakili jumlah kelompok usaha terbesar. UMKM merupakan kelompok pelaku ekonomi terbesar dalam perekonomian Indonesia dan terbukti menjadi katup pengaman perekonomian nasional dalam masa krisis, serta menjadi dinamisator pertumbuhan ekonomi pasca krisis ekonomi. Selain menjadi sektor usaha yang paling besar kontribusinya terhadap pembangunan nasional, UMKM juga menciptakan peluang kerja yang cukup besar bagi tenaga kerja dalam negeri, sehingga sangat membantu upaya mengurangi pengangguran. Oleh karena itu perlu adanya kesadaran kita untuk mengembangkan UMKM di Indonesia agar terciptanya kesejahteraan masyarakat.

Masalah yang dihadapi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah Timbulnya beragam permasalahan sangat berkaitan erat dengan keberadaan pendamping atau fasilitator dalam mendampingi UMKM. Minimnya bimbingan menjadikan UMKM sulit untuk berkembang karena faktor-faktor tersebut diatas. Dengan kata lain, kemajuan UMKM sangat ditentukan oleh besar kecilnya peran pendamping di lapangan.

Berdasarkan data yang berhasil dikumpulkan, setidaknya ada beberapa permasalahan UMKM yang kerap dihadapi para pelaku UMKM dan membutuhkan solusi. Bisa jadi saat ini kalian sedang menghadapi kelima permasalahan tersebut atau beberapa diantaranya. Permasalahan UMKM ini sekaligus menjadi tantangan bisnis bagi setiap pelaku UMKM yang ingin bertahan dan mengembangkan usahanya. Berikut ini rincian permasalahan yang dihadapi para pelaku UMKM beserta solusinya.

1. Permasalahan UMKM Seputar Permodalan

Permasalahan modal untuk pengembangan usaha dihadapi oleh sebagian besar pelaku UMKM. Ide bisnis baru untuk perluasan usaha pun kerap kali harus disingkirkan jauh-jauh karena permasalahan yang satu ini. Akar masalah permodalan ini terbilang klasik, para pelaku UMKM sering dinilai tak mampu memenuhi persyaratan perbankan alias tidak bankable. Kemajuan teknologi finansial saat ini telah melahirkan pendanaan yang menggunakan sistem *equity crowd funding*. Kalian bisa mendapatkan modal usaha dari orang-orang yang berminat untuk membiayai suatu usaha. Pendanaan ini ditujukan tak hanya untuk UMKM saja tetapi juga untuk bisnis startup. Beberapa contoh pendanaan dengan sistem crowd funding antara lain Gandengtangan.com, Indiegogo.com, kolase.com, Akseleran.com, dan Koinworks.com.

Tentu saja perusahaan-perusahaan *crowd funding* tersebut masih menerapkan sejumlah persyaratan jika kalian ingin mengajukan permintaan permodalan. Namun persyaratan-persyaratan tersebut biasanya tak serumit seperti ketika berhubungan dengan perbankan. Perusahaan *crowd funding* juga mengenakan bunga pinjaman dengan besaran yang terbilang rendah. Kalian bisa mencermati ketentuan pada masing-masing perusahaan *crowd funding* untuk mendapatkan penawaran terbaik. Pastikan perusahaan *crowd funding* yang kalian pilih sudah terdaftar dan diawasi oleh OJK (Otoritas Jasa Keuangan). Intinya, perusahaan *crowd funding* berusaha mempertemukan pelaku usaha dengan investor melalui teknologi informasi dengan persyaratan yang lebih mudah dibanding bank konvensional.

2. Permasalahan yang Berkaitan Dengan Daya Saing Produk

Jumlah produk UMKM yang mampu menembus pasar internasional masih sangat sedikit sekali. Faktor utama yang menjadi penyebab sulitnya produk UMKM bersaing di pasar mancanegara adalah daya saing produk. Daya saing produk UMKM masih harus dibenahi dalam hal kualitas dan harga. Berkaitan dengan kualitas produk, ada beberapa hal yang perlu kalian benahi yakni berkaitan dengan bahan, finishing produk, keahlian, konsistensi standar dan juga kemasan dengan brand identity yang kuat. Permasalahan UMKM ini sesungguhnya bisa diatasi jika kalian sebagai pelaku UMKM mau membuka diri dan bergabung dengan pelatihan-pelatihan yang diadakan oleh Kementerian Koperasi dan UKM serta perusahaan-perusahaan yang memberi perhatian khusus kepada UMKM.

Contohnya saja Bimbingan Teknis kepada Koperasi dan pelaku usaha kopi yang baru-baru ini diselenggarakan oleh Kementerian Koperasi dan UKM, pelatihan desain kemasan dan pelatihan food photography yang diadakan PT. Indofood Tbk Divisi Bogasari, dan beberapa pelatihan sejenis lainnya. Informasi mengenai pelatihan-pelatihan tersebut bisa diperoleh dengan mudah bila pelaku UMKM memanfaatkan jaringan internet dengan optimal atau bergabung dengan komunitas-komunitas usaha.

Dalam hal kualitas, produk UMKM Indonesia sebenarnya masih jauh lebih berkualitas jika dibandingkan dengan produk-produk Cina yang berhasil

menembus pasar global. Produk-produk Cina unggul dalam hal jumlah dan harga yang terbilang sangat murah. Tentunya dengan kualitas yang lebih baik, produk UMKM Indonesia tidak perlu ditawarkan dengan harga yang terlalu murah. Solusinya, produk UMKM perlu ditawarkan kepada target pasar yang tepat.

3. Permasalahan Pemasaran

Produk-produk UMKM sebagian besar dipasarkan dengan cara-cara sederhana sehingga jangkauannya belum luas. Banyak pihak mendorong UMKM untuk menembus pasar global. Sebagian pelaku UMKM sendiri juga punya mimpi untuk menjual produk mereka ke pasar internasional. Pemasaran online memang menjadi solusi untuk menjangkau pasar yang lebih luas lagi. Melalui pemasaran online, kalian bisa langsung memasarkan produk kepada pembeli di luar negeri. Kalian dapat memanfaatkan sosial media dan website untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Jika kalian mengalami kesulitan untuk memasarkan secara online, manfaatkanlah jasa online marketing. Kalian bisa berdiskusi dengan penyedia jasa online marketing yang menguasai strategi pemasaran online dan sudah berpengalaman dengan sosial media marketing.

4. Permasalahan Brand Identity

Tak sedikit pelaku UMKM yang mengabaikan pentingnya brand identity. Brand identity tak hanya bisa kalian tonjolkan dari kemasan produk saja tetapi juga dari keunikan dan inovasi produk. Produk yang unik sudah pasti akan mencuri perhatian sekalipun harganya terbilang mahal. Permasalahan UMKM yang satu ini bisa diatasi dengan mengadopsi kekayaan budaya lokal di Indonesia dan menampilkannya dengan tampilan yang kontemporer. Budaya lokal di setiap negara pastinya berbeda dan memiliki ciri khas sehingga produk kalian akan tampil unik.

Jika kalian telah memiliki produk yang unik hasil inovasi produk, kalian bisa mencoba strategi yang digunakan negara-negara Eropa. Mereka tidak memproduksi suatu produk secara massal melainkan meluncurkan produk-produk eksklusif. Suatu produk hanya diproduksi dalam jumlah yang terbatas lalu dipublikasikan secara luas. Hal ini lantas membuat calon konsumen

tergiur untuk mendapatkan produk yang hanya bisa dimiliki beberapa orang saja. Strategi ini juga bisa menjadi solusi jika kalian sebagai pelaku UMKM ingin menembus pasar global namun memiliki keterbatasan dalam hal produksi.

5. Permasalahan Produktivitas

Sebagian pelaku UMKM enggan beralih dari cara-cara yang selama ini dijalani. Misalnya saja berkaitan dengan pemasaran, pembukuan, produksi, manajemen karyawan dan sebagainya. Padahal kemajuan dunia tak bisa dibendung lagi. Jika kalian termasuk pelaku UMKM yang malas berubah, maka bersiaplah tergerus kemajuan zaman. Bila ingin berkembang, kalian harus terbuka dengan berbagai hal baru yang terus bermunculan. Contohnya saja pemasaran online yang menggeser pemasaran offline, mesin-mesin modern yang semakin canggih dan cepat, serta pembukuan yang memanfaatkan aplikasi teknologi informasi.

Untuk meningkatkan produktivitas, sebaiknya kalian menyediakan waktu dan dana untuk melakukan kegiatan riset dan pengembangan. Tujuannya tak lain supaya produk kalian lebih berkembang baik dalam hal kualitas, desain dan juga target pasar.

6. Kualitas sumber daya manusia UMKM yang masih rendah serta minimnya pengetahuan dan kompetensi kewirausahaan mengakibatkan rendahnya produktivitas usaha dan tenaga kerja. Hal tersebut juga tampak pada ketidakmampuan mereka dalam hal manajemen usaha, terutama dalam hal tata tertib pencatatan / pembukuan.
7. Kurangnya tenaga pendamping di lapangan menyebabkan banyak UMKM yang belum tersentuh layanan konsultasi dan pendampingan. Dengan demikian, sangat dibutuhkan kehadiran lembaga pengembangan bisnis untuk memfasilitasi pelaku UMKM dan memberikan layanan sesuai kebutuhan mereka.

II. TUJUAN DAN MANFAAT KEGIATAN PENGABDIAN MASYARAKAT

1. Tujuan Kegiatan

- a. Memberi motivasi dan semangat kepada pelaku UMKM untuk melakukan wirausaha.
- b. Meningkatkan kreativitas dan inovasi para pelaku UMKM.
- c. Memberi pengetahuan tentang etika bisnis bagi para pelaku usaha.
- d. Memberi pengetahuan tentang pentingnya pencatatan transaksi keuangan melalui pembukuan sederhana.

2. Manfaat Kegiatan Pengabdian

- a. Membantu UMKM untuk menjadi pelaku UMKM yang sukses.
- b. Membantu meningkatkan produktivitas pelaku UMKM.
- c. Membantu pelaku UMKM tertib mencatat setiap transaksi keuangan melalui sistem pembukuan sederhana sehingga dapat memperoleh informasi mengenai posisi keuangan dan kinerja UMKM.
- d. Membantu pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya.

III. METODE PELAKSANAAN

Bentuk kegiatan yang dilakukan adalah:

- a. Pelatihan tentang materi etika bisnis.
- b. Pelatihan tentang pembukuan keuangan sederhana.
- c. Program pendampingan mengenai aktivitas wirausaha dan pembukuan keuangan sederhana.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada masyarakat adalah suatu kegiatan yang bertujuan membantu masyarakat tertentu dalam beberapa aktivitas. Secara umum program ini dirancang oleh Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya untuk memberi kontribusi nyata bagi masyarakat, khususnya dalam mengembangkan kesejahteraan dan kemajuan masyarakat Indonesia. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat merupakan salah satu bagian dari Tridharma Perguruan Tinggi yang harus dilakukan setiap dosen.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebagai wujud tanggung jawab STIESIA Surabaya sebagai Lembaga pendidikan dilaksanakan pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 27 Desember 2018
Pukul : 13.00 - selesai
Tempat : Kelurahan Klampis Kecamatan Sukolilo Kota Surabaya
Materi : Pemasaran Barang dan Jasa

Jumlah peserta yang hadir sebanyak 19 orang. Para peserta yang hadir diminta mengisi terlebih dahulu daftar hadir yang telah disediakan, kemudian kami membagikan masing-masing fotokopi materi yang akan diberikan kepada pelaku usaha UMKM.

Susunan acara pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebagai berikut:

Pukul	Acara	Penanggung Jawab
13.00 – 13.30	Registrasi Peserta	Panitia
13.30 – 13.35	Pembukaan	MC
13.35 – 13.45	Sambutan Camat/Lurah	Camat/Lurah
13.45 – 13.55	Sambutan Wakil Dosen STIESIA	Dosen STIESIA
13.55 – 14.00	Persiapan Pemaparan Materi	Panitia
14.00 – 15.00	Pemasaran Barang dan Jasa	Dosen STIESIA
15.00 – 16.00	Mempraktekkan cara memasarkan	Mahasiswa STIESIA
16.00 – 16.30	Tanya Jawab	Dosen STIESIA
16.30 – 16.45	Penutupan	Panitia

Materi yang disampaikan dosen STIESIA Surabaya dalam pelatihan untuk topik etika bisnis dan pembukuan sederhana membutuhkan waktu kurang lebih 120 menit, kemudian dilanjutkan dengan sesi tanya jawab dalam tiga sesi. Selama pemaparan materi, peserta nampak antusias dengan langsung mengajukan pertanyaan, dan terdapat beberapa peserta pula yang berminat untuk belajar lebih lanjut mengenai Materi Pemasaran Barang dan Jasa.

Di akhir acara, sebagai bentuk perwujudan rasa terima kasih dan juga kerjasama antara STIESIA Surabaya dan Kecamatan Kenjeran, STIESIA Surabaya memberi cinderamata berupa plakat STIESIA Surabaya yang diterima secara langsung oleh Bapak Sekretaris Camat.

V. REKOMENDASI

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang diterapkan melalui pelatihan materi Pemasaran Barang dan Jasa ini dapat memberi manfaat kepada khalayak luas, maka selanjutnya merekomendasi:

1. Perlu adanya kesinambungan kegiatan dan evaluasi setelah kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan, sehingga para pelaku UMKM di Surabaya dapat berkontribusi dalam pengembangan UMKM di Indonesia.
2. Mengadakan edukasi yang serupa kepada komunitas masyarakat lain yang berbeda.
3. Seorang pengusaha harus selalu bersikap jujur baik dalam berbicara maupun bertindak. Jujur perlu agar berbagai pihak percaya terhadap apa yang akan dilakukan. Tanpa kejujuran usaha tidak akan maju dan tidak dipercaya konsumen atau mitra kerjanya.
4. Pemasaran untuk seseorang pengusaha wajib mengetahui dimana pemasaran adalah kegiatan meneliti kebutuhan dan keinginan konsumen, menghasilkan barang atau jasa, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa. Atau suatu kegiatan yang mengusahakan agar produk yang dipasarkannya itu dapat diterima dan disenangi oleh pasar. Ada beberapa aspek pemasaran yang bisa membantu suksesnya proses berwirausaha yang perlu diketahui diantaranya yaitu sebagai berikut: Rencana pemasaran (marketing plan), Menyusun marketing plan, dan Analisis (S.W.O.T).

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

SURAT TUGAS PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA

STIESIA

DIPLOMA 3 (Terakreditasi):
• Manajemen Perpajakan
• Akuntansi

STRATA 1 (Terakreditasi):
• Manajemen
• Akuntansi

STRATA 2 (Terakreditasi):
• Manajemen
• Akuntansi

STRATA 3:
• Ilmu Manajemen
(Terakreditasi)

PENDIDIKAN PROFESI
AKUNTANSI
(Terakreditasi)

Jalan Menur Pumpungan 30 Surabaya 60118 ☎ (031) 594 7505, 594 7840, 591 4650 Fax. 593 2218
Website : www.stiesiaedu.com; E-mail : stiesia@sby.dnet.net.id

SURAT TUGAS

Nomor: A.371f/01.6b/XII/2018

Tanggal 19 Desember 2018

Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya memberikan tugas kepada,

Nama

- : 1. Dr. Lilis Ardini, S.E., M.Si., Ak., CA
2. Dewi Maryam., S.E., M.M..
3. Dr. Nur Fadjrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.
4. Prof. Dr. Budiyanto, M.S.
5. Yesa Cahyaning Ramadhani, S.E., M.M.

Alamat

: Jalan Menur Pumpungan 30 Surabaya

Jabatan

: Dosen

Tujuan

: Kantor Kecamatan Kenjeran
Jalan Muhammad Noer No. 350 Surabaya

Keperluan

: Sebagai Narasumber Pelatihan Etika Bisnis dan Pembukuan
Keuangan Sederhana.

Perlaksanaan

Hari

: Kamis

Tanggal

: 27 Desember 2018

Biaya tugas

: uk: LP2M

Kendaraan

: Non Dinas

Demikian Surat Tugas ini diterbitkan untuk dilaksanakan dengan penuh tanggungjawab.

Ketua,



Dr. Nur Fadjrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.

Tembusan Yth.:

1. Wakil Ketua I
2. Kepala Bag. Keuangan
3. Kepala LP2M





PEMERINTAH KOTA SURABAYA KECAMATAN KENJERAN

Jl. Muhammad Noer No. 350 Surabaya Telp. (031) 51503131 , Fax (031) 51503131

Surabaya, 13 Desember 2018.

Nomor : 005 / F46 / 436.9.17 / 2018.
Sifat : Segera
Lampiran : -
Hal : Permohonan Nara Sumber
Pelatihan Etika Bisnis dan
Pembukuan Keuangan Sederhana.

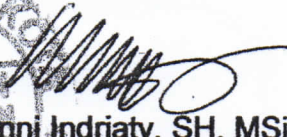
Kepada
Yth. Ketua STESIA SURABAYA
Jl. Menur Pumpungan No. 30
di- SURABAYA

Dalam rangka meningkatkan kapasitas SDM pada UKM Kecamatan Kenjeran akan dilaksanakan Pelatihan Etika Bisnis dan Pembukuan Keuangan Sederhana pada :

Hari : KAMIS
Tanggal : 20 Desember 2018 dan 27 Desember 2018
J a m : 09.000 WIB s/d Selesai
Tempat : Aula Kantor Kecamatan Kenjeran
Jl. Muhammad Noer 350 Surabaya
Acara : Pelatihan Etika Bisnis dan Pembukuan Keuangan Sederhana
Peserta : - 20 UKM (tanggal 20 Desember 2018)
- 20 UKM (tanggal 27 Desember 2018)

Berkaitan dengan hal tersebut diatas , mohon dapatnya Ketua STESIA Surabaya menunjuk nama-nama sebagaimana terlampir, untuk menjadi Nara Sumber dan memberikan materi dalam pelatihan dimaksud.

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Camat,

Henni Indriaty, SH. MSi.
Pembina Tk.I
NIP 196401061994032006

Lampiran Surat

Nomor : 005/ 4436.9.17/2018.

Tanggal : 13 Desember 2018

HARI / TANGGAL	LOKASI	NAMA DOSEN
KAMIS / 20 Desember 2018	Aula Kantor Kec. Kenjeran Jl. H. Muhammad Noer 350 Surabaya	1. Dian Ratnasari Yahya, SE, MSM 2. Bambang Hadi Santoso, Dr. 3. Dian Arini, SPMM 4. Mar'a Elthaf Ilahiyah, SE, MA. 5. Hinda Mustika, SM, MSM
KAMIS / 27 Desember 2018	Aula Kantor Kec. Kenjeran Jl. H. Muhammad Noer 350 Surabaya	1. Nur Fadrih Asyik, Dr, SE, MSi, Ak, CA. 2. Lilis Ardini, SE, MSi, Ak, CA 3. Dewi Maryam, SE, MM. 4. Budiyanto, Prof, Dr, MS. 5. Yesa Cahayaning Ramadhani, SE, MM



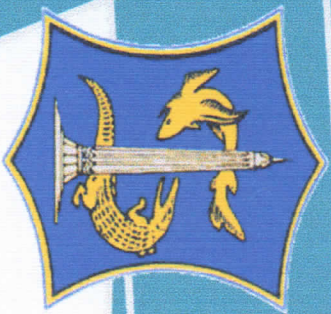
Camat Kenjeran,

Henni Indriaty, SH, MSi.

Pembina Tk.I

NIP. 196402061994032006

LAMPIRAN 2
SERTIFIKAT PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT



SERTIFIKAT

DIBERIKAN KEPADA




Yesa Cahyaning Ramadhani, S.E., M.M.

ATAS PARTISIPASI SEBAGAI NARASUMBER

PENGABDIAN PELATIHAN ETIKA BISNIS DAN PEMBUKUAN KEUANGAN
SEDERHANA PADA PAGUYUBAN UMKM KECAMATAN KENJERAN SURABAYA

DI KECAMATAN KENJERAN - SURABAYA
PADA TANGGAL 27 DESEMBER 2018

Camat Kenjeran

Henni Indriaty, SH., M.Si.
Pembina Tk. I
Nip. 196401061994032006

Ketua STIESIA Surabaya

Dr. Nur Fadrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.

LAMPIRAN 3
DAFTAR HADIR PESERTA

Daftar Hadir Peserta Pelatihan Etika Bisnis dan Pembukuan Keuangan Sederhana

Hari / Tanggal

: Kamis, 27 Desember 2018

Pukul

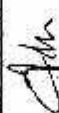
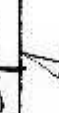

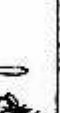

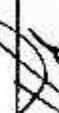


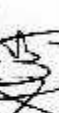
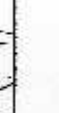
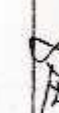


: 13.00 - Selesai







Tempat

: Kecamatan Kenjeran

Acara

: Pelatihan Etika Bisnis dan Pembukuan Keuangan Sederhana

No.	Nama	Bidang Usaha	Alamat Rumah	Tanda Tangan
1	SITI MUKIMAH	Makanan	Bulak Dg Lor 1/17	1 
2	SITI FATIMAH	BAK & FASHION	Kod. Tengah 4/15B	2 
3	HASIBA	Handi craft	Sidomulyo wic 16	3 
4	Lilly Royani	Makanan	Rusun Im 2 B5/24	4 
5	Nur Cholifah	Batik Celup	Bulak Santeng Kdm 118	5 
6	Musfiru	Makanan	Kedung arung SU 1/12	6 
7	GANI	KUE	POBOT PAPU KAWID	7 
8	Mejijati	Hand Made	B. Banteng Lor 4/42A	8 
9	Naniq Yuzwandi	Bandeng	B.B. Pambayan III/5	9 
10	Wiwiek Wulan Sari	BROS	Tanah meron selg	10 
11	DARNI	EATING.	Plk Banteng	11 
12	ISTIAULI HUDA	MAKARAN	BUSUN TRA 2/15	12 
13	Siti Aminah	makanan	Kedung mangrove Makara	13 

14	Cica Puora	Fashion	Kedinding low pattern 1/2	14	
15	NUR ANI	HANDCRAFT	DBB PATRIOT G/S	15	
16	GALUH PERMADI	TIATATO	TANAH MERAH 10G/1	16	
17	Elling Thirdyana	Liny Pudding Ar	Siwet Baru IA-45	17	
18	Novita Iswa F.	Oriyalsna Fashion	Jl. Tambat Wedi Baru 8/384	18	
19	Shi Arburant	Dapur Jala	JEBARU 6/12	19	
20				20	
21				21	
22				22	
23				23	
24				24	
25				25	

LAMPIRAN 4

MATERI PELATIHAN

PEMASARAN BARANG DAN JASA

**Tim Pengabdian kepada Masyarakat
LP2M STIESIA Surabaya**



HAKIKAT PEMASARAN

- **Hakikat dari PEMASARAN adalah MENJUAL**
- **Pembeli diharapkan TIDAK SEKADAR MEMBELI sesaat, tetapi akan menjadi PELANGGAN.**
- **Pelanggan yang SETIA akan menjadikan suatu usaha TERUS BERLANJUT.**
- **Membuka usaha berarti harus siap MELAYANI pelanggan.**

SUMBER KEPUASAN PELANGGAN

- Kepuasan pelanggan dapat berasal dari:
 - Produk (barang/jasa) yang dibeli
 - Layanan yang diterima
- Contoh 1

Pelanggan berkata, “Saya puas dengan kualitas produk”
(berarti pelanggan puas karena memperoleh produk berkualitas)

■ Contoh 2

Pelanggan berkata, “Saya puas dengan layanannya”

(berarti pelanggan puas karena memperoleh layanan yang baik)

UPAYA MEMUASKAN PELANGGAN

- **Kualitas produk harus baik:**
 - Sesuai harapan pelanggan
 - Bermanfaat
 - Tidak membahayakan
- **Kualitas layanan harus baik:**
 - Menghormati dan ramah kepada pelanggan
 - Cepat menyelesaikan masalah pelanggan
 - Tidak membedakan pelanggan

MEMIKAT PEMBELI

■ Pemikat 1 : Tempat Usaha

- Kenyamanan (misal: bersih dan aman)

■ Pemikat 2 : Tampilan Produk

- Tampilan luar (misal: bungkus, kemasan, gambar, cap/merk, warna, kebersihan);
- Tampilan fisik (misal: bentuk, ukuran, desain).

■ **Pemikat 3 : Kegunaan Produk dan Harga**

- Produk bermanfaat dan berkualitas (misal: menambah nilai guna, awet, kuat, enak, dll.)
- Harga sepadan dengan kualitas produk.

■ **Pemikat 4 : Layanan**

- Layanan pada saat menjual (misal: keramahan, kesopanan, kejelasan, kejujuran)
- Layanan purna jual (misal: kepastian dan kecepatan menyelesaikan masalah).

MENGENALI TIPE PEMBELI

- Agar mampu memikat pembeli, penjual harus mengenali macam-macam tipe pembeli.
- Masing-masing tipe pembeli harus dipikat dengan cara yang berbeda.
- Macam-macam tipe pembeli:
 - Pembeli sopan dan hormat
 - Pembeli sok tahu
 - Pembeli ingin cepat dan praktis
 - Pembeli bimbang dan lamban
 - Pembeli suka dipuji
 - Pembeli mudah marah
 - Pembeli rewel (banyak permintaan)



LAMPIRAN 5

FOTO KEGIATAN











